HORIZONT WERBE WIRKUNGS G!PFEL 2020



1./2. Oktober 2020

Marriott Hotel
Frankfurt

Ein Business-Event von:





Wir danken unseren Partnern.

Premium Partner:

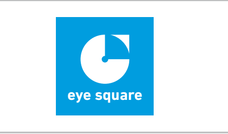






Partner:













Medienpartner:



planung&analyse

MEHR SCHEIN

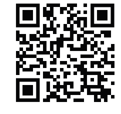
PURPOSE

Nur ein Marketing-Trend oder der neue Standard? Ist es die einzige Chance für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg? Wie viel Sinn steckt wirklich in unseren Marken? Mit diesen Fragen beschäftigen wir uns in der diesjährigen Auflage des best4campus. ***Seien Sie im Live-Stream dabei!***

SAVE THE DATE: 8. Oktober von 10:00 Uhr bis 12:00 *Uhr*

best4 CAMPUS 2020

Infos und Anmeldung unter: gik.media/best4campus





1. TAG DONNERSTAG *1. Oktober 2020*

Raum Platinum Ballsaal II und Gold I-III

9.00 Wake up I Frühstückskaffee

10.00 Begrüßung
Jürgen Scharrer, Chefreporter, HORIZONT
Katrin Ansorge, Redaktion, HORIZONT

MÜSSEN WIR WERBEWIRKUNG GANZ NEU DENKEN?
DIE GRUNDSATZDISKUSSION IST ERÖFFNET.

10.10 Keynote
Ausrede Corona. Wie wäre es ohne gekommen?
Thomas Strerath, strerath.

10.40 Q&A

10.45 Impuls
„The Song Remains the Same": Ist abseits der Krisen-Folklore ein Trend zu strategischer Werbeforschung erkennbar?
PD Dr. habil. Tino G.K. Meitz, TTUCEL, Texas Tech University

11.05 Q&A

11.10 **Different Media – Different Effects! Medienwirkungsdifferenziale bewusst genutzter Medien aufgedeckt**
Carsten Schwecke, CEO, Media Impact
Clarissa Moughrabi, Head of Research, Axel Springer / Media Impact
Dr. Andrea Malgara, Managing Director, Mediaplus Group

11.35 Q&A

11.40 Networking & Coffee-Break

12.15 Diskussionsrunde
Müssen wir Werbewirkung ganz neu denken?
Die Grundsatzdiskussion ist eröffnet.
Georg Berzbach, Chief Operating Officer Media, Dentsu Aegis Network Deutschland
Boris Schramm, Managing Director, GroupM
Klaus-Peter Schulz, Organisation der Mediaagenturen (OMG)
Norman Wagner, OWM Vorstand; Mitglied bei der OWM-Arbeitsgruppe Werbeanalyse und Standards / Leiter Konzern Media, Deutsche Telekom
Moderation: *Jürgen Scharrer,* Chefreporter, HORIZONT

12.55 Q&A

13.00 Networking & Lunch-Break



1. TAG DONNERSTAG *1. Oktober 2020*

HERAUSFORDERUNGEN IN DER FORSCHUNG – INNOVATIVE TOOLS UND NEUE STUDIEN ZUR WERBEWIRKUNG.

14.30 Studie
Not all Reach is Equal – DACH-Edition
Guido Modenbach, Geschäftsführer Market Intelligence, SevenOne Media
Karin Immenroth, Chief Data & Analytics Officer, Mediengruppe RTL Deutschland

Q & A mit
Karen Nelson-Field, Founder and CEO of Amplified Intelligence, and Professor of Media Innovation at The University of Adelaide – live aus Adelaide
Moderation: *Katrin Ansorge,* Redaktion, HORIZONT

15.10 Q&A

15.15 Studie & Talk
Wirkungserfolg in Apotheken durch Facebook und Instagram Video
Sandra Körs, Industry Manager Beauty, Personal Care und Pharma DACH, Facebook DACH
Torsten Müller-Klockmann, Marketing Science Lead DACH, Facebook
anschließend im Gespräch mit: *Katrin Ansorge,* Redaktion, HORIZONT

15.40 Q&A

15.45 Talk
Online-Werbung nach der Cookies-Ära – Wie sieht das Targeting der Zukunft aus?
Dr. Daniel Knapp, CSO, Twins Digital / Chefökonom, IAB Europe
Julian Simons, Geschäftsführer, mediascale
Moderation: *Katrin Ansorge,* Redaktion, HORIZONT

16.10 Q&A

16.15 Networking & Coffee-Break

16.40 Keynote
Marketing in Zeiten der Infodemie.
Biodynamische Potenziale für Konsumgüter mit DEEP IMPACT auf Körper und Gehirne.
Dr. Martin Andree, Founder, AMP Digital Ventures

17.05 Q&A

17.10 Abschlusskeynote
Die Story-Revolution
Wie Netflix Storytelling revolutioniert hat und warum Brands das Storytelling der Zukunft für ihr Wachstum brauchen
Rebecca Vogels, Unternehmerin / Expertin für Brand Kommunikation und Storytelling

17.40 Q&A

17.45 Zusammenfassung

Ab 18 Uhr **Nutzen Sie die Gelegenheit für den Austausch nach dem ersten Kongresstag und genießen Sie Food & Drinks.**



2. TAG FREITAG *2. Oktober 2020*

Raum Platinum Ballsaal II und Gold I-III

BEST CASES – MESSEN, WISSEN, OPTIMIEREN.

Moderation: ***Jürgen Scharrer,*** Chefreporter, HORIZONT

9.00 Wake-up I Frühstückskaffee

10.00 Begrüßung
Moderation: ***Jürgen Scharrer,*** Chefreporter, HORIZONT

10.10 **Ecom Effects – Vom Werbekontakt in den Warenkorb**
Lisa Neumann, Research Consultant Brand and Media Experience, eye square
Stefan Schönherr, Unit Lead Brand and Media Experience, eye square

10.30 Q&A

10.35 **Kontinuierliche Werbewirkungsforschung – Erkenntnisse und Best Practice für die Zeit nach der Krise**
Dr. Peter Ludwig, Senior Director – Expert Brand, Brand Guidance Domain, Kantar

10.55 Q&A

11.00 **Wirkung und Effizienz von OOH. Eine Metaanalyse zu Aussenwerbung im Media-Mix.**
Prof. Dr. Kai-Marcus Thäsler, Geschäftsführer, Fachverband Aussenwerbung
Prof. Dr. Alexander Preuß, Managing Partner Marketing Science, annalect

11.20 Q&A

11.25 Coffee-Break

12.00 **AI macht es möglich: Wirkungsmessung in Echtzeit und über alle Kanäle als neuer Standard»**
Esther Cahn, CEO Co-Founder, Signifikant
Marcus Föbus, Business Development Germany, Signifikant

12.20 Q&A

12.25 **Signature Code – Wie Künstliche Intelligenz ermöglicht, dass Werbespots ihre optimale Wirkung erreichen**
Karin Immenroth, Chief Data & Analytics Officer, Mediengruppe RTL Deutschland
Dr. Marc Egger, Head of Data Science, Data & Audience Intelligence, Mediengruppe RTL Deutschland

12.45 Q&A

12.50 **Wirkungsvolle Markenkommunikation in Corona-Zeiten – Insights unserer exklusiven Studienreihe pilot Radar**
Martina Vollbehr, Geschäftsführerin, pilot Agenturgruppe

13.10 Q&A

13.15 **Esports – Wundermittel zur Ansprache der jungen Zielgruppe? Ein Ansatz zur Erfolgsmessung von Sponsorings im Esports**
Lucas Petermeier, Managing Partner, FUSE – Omnicom Media Group Germany

13.35 Q&A

13.40 **Interaktiv, spielerisch, erfolgreich: Innovative Werbemittel für effiziente Markenkommunikation** (Titel in Abstimmung)
Sabine Holtforth, Director Digital Audience Activation, [m] STUDIO GmbH
Anita Weidental, Group Head Media Consulting, MediaCom

14.00 Q&A

14.05 Lunch zum Abschluss des HORIZONT Werbewirkungsgipfels

15.00 Ende des HORIZONT Werbewirkungsgipfels 2020



mafonavigator
planung&analyse

IHRE ANSPRECHPARTNER

Teilnehmermanagement & Organisation:

Emilia Schmökel
+49 69 7595-3029
Emilia.Schmoekel@dfvcg.de

Julia Kuß
+49 69 7595-3025
Julia.Kuss@dfvcg.de

Sponsoring & Aussteller:

Robert Saran
+49 69 7595-3047
Robert.Saran@dfvcg.de

Programm HORIZONT Werbewirkungsgipfel:

Sarah Sternberger
+49 69 7595-3039
Sarah.Sternberger@dfvcg.de

Programm planung&analyse Insights:

Diana Goldbeck
+49 69 7595-3031
Diana.Goldbeck@dfvcg.de





Ein Business-Event von:



